

# **PENGELOLAAN PERKULIAHAN CHARACTER BUILDING YANG BERORIENTASI PADA PENINGKATAN KEPUASAN PELANGGAN DI BINUS UNIVERSITY**

**Stephanus Ngamanken**

Character Building Development Center, BINUS University  
Jln. Kemanggisian Ilir III No. 45, Kemanggisian–Palmerah, Jakarta 11480  
stephanus\_ngamanken@yahoo.com

## **ABSTRACT**

*This study focuses on the improvement of customer satisfaction through good governance of Character Building course in Bina Nusantara University (Binus). CBDC as the department which organizes Character Building (CB) in Binus makes continuous improvements in all aspects in organizing CB. The purpose of this research as a partnership with CBDC is to look for and find the needs, desires, and expectations (importance) of students as customers about classroom management of CB in Binus. The research method used is Community Survey. Community Survey was conducted in 02PDO class at second semester of 2012/2013 academic year. Results of the research from 25 surveyed items show there are 13 items that students expected to get in the course but they did not get. There are 9 items that they expected to get in the course and they got. Moreover, there are 3 items that they did not expect to get in the course, but they got. Research concludes, in implementation of Character Building course in 02PDO class at second semester of 2012/2013 academic year, that there were 13-student expectation not fulfilled; 9-student expectation fulfilled; and 3 items not expected yet given in the lecture.*

**Keywords:** *improvement of customer satisfaction, class management*

## **ABSTRAK**

*Penelitian ini fokus pada peningkatan kepuasan pelanggan melalui penyelenggaraan yang baik perkuliahan Character Building di Universitas Bina Nusantara (Binus). CBDC sebagai departemen yang menyelenggarakan perkuliahan Character Building (CB) di Binus terus menerus mengadakan perbaikan dalam semua segi penyelenggaraan perkuliahan CB. Tujuan penelitian sebagai suatu kerja sama dengan CBDC adalah mencari dan menemukan kebutuhan, keinginan, dan harapan (importance) mahasiswa sebagai pelanggan tentang penyelenggaraan perkuliahan CB di Binus. Metode penelitian yang digunakan adalah survei komunitas yang dilakukan di kelas 02PDO pada semester dua tahun akademik 2012/2013. Hasil penelitian dari 25 item yang disurvei menunjukkan 13 item yang mahasiswa harapkan dapat diperoleh, tidak diperoleh. Sembilan item yang mereka harapkan dapat diperoleh, dapat diperoleh. Tiga item yang mereka harapkan tidak ada dalam perkuliahan, tetapi ternyata diperoleh. Sebagai simpulan, di dalam penyelenggaraan kuliah Character Building di Kelas 02PDO pada semester genap Tahun Akademik 2012/2013 ada 13 harapan mahasiswa belum terpenuhi, 9 harapan sudah terpenuhi, dan 3 yang tidak diharapkan namun diberikan dalam perkuliahan.*

**Kata kunci:** *peningkatan kepuasan pelanggan, pengelolaan perkuliahan*

## PENDAHULUAN

Kepuasan pelanggan suatu instansi memberi dampak yang menguntungkan bagi instansi tersebut. Sebab pelanggan yang mengalami kepuasan tersebut menjadi loyal terhadap instansi. Menurut Sallis (1993:32) pelanggan di Perguruan Tinggi terdiri dari dua kelompok yaitu pelanggan eksternal dan pelanggan internal. Mahasiswa dan orangtuanya sebagai pelanggan eksternal, serta dosen dan karyawan pendidikan lainnya sebagai pelanggan internal. Menurut Kuswadi (2002:10), jika mahasiswa dan orangtua sebagai pelanggan eksternal merasa puas, Perguruan Tinggi tersebut tidak pernah kekurangan mahasiswa sebab pelanggan yang puas akan selalu bercerita dari mulut ke mulut tentang rasa puas mereka, sehingga menjadi promosi berjalan bagi perekrutan mahasiswa baru.

Di lain pihak, apabila dosen dan karyawan lainnya sebagai pelanggan internal merasa puas, mereka akan memiliki loyalitas yang tinggi terhadap Perguruan tinggi tempat mereka bekerja. Loyalitas pelanggan internal, dalam hal ini, berarti menerima dengan senang semua deskripsi tugas yang diberikan, bekerja dengan senang, tidak ada resistensi apalagi unjuk rasa atau demonstrasi menolak kebijakan. Dampak yang lebih jauh diharapkan dari peningkatan kepuasan pelanggan di Perguruan Tinggi adalah pemasukan finansial dari uang kuliah dan sumbangan pendidikan jumlahnya makin bertambah sebab jumlah mahasiswa sudah bertambah. Dengan demikian, pemasukan yang sudah bertambah tersebut dapat membiayai proses pembelajaran yang profesional, menyejahterakan dosen dan karyawan pendidikan sebagai pelanggan internal, dan meningkatkan mutu pendidikan.

Penelitian mengadakan survei terhadap para mahasiswa Kelas 02PDO Universitas Bina Nusantara dalam mengikuti Perkuliahan Character Building II (Spiritual Development) pada semester dua tahun ajaran 2012/2013. Penelitian dilakukan untuk memperoleh data kebutuhan, keinginan, dan harapan mereka sebagai pelanggan terhadap pengelolaan perkuliahan Character Building yang baik. Berdasarkan latar belakang pemikiran tersebut, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah tentang peningkatan Kepuasan Pelanggan melalui Pengelolaan Perkuliahan yang baik. Kemudian, tentang cara meningkatkan kepuasan mahasiswa sebagai pelanggan melalui pengelolaan perkuliahan Character Building yang baik. Tujuan penelitian ini adalah mencari dan menemukan *importance* (kebutuhan, keinginan, dan harapan) para mahasiswa Kelas 02PDO sebagai pelanggan dalam mengikuti Perkuliahan Character Building pada semester genap Tahun Pelajaran 2012/2013. Melalui temuan-temuan tersebut dapat disusun rekomendasi penyelenggaraan perkuliahan CB pada semester-semester berikutnya, yang berorientasi kepada kepuasan mahasiswa sebagai pelanggan untuk meningkatkan Kepuasan Pelanggan.

### Tinjauan Literatur

Sallis (1993:12) berpendapat Kepuasan Pelanggan sama dengan mutu. Terhadapnya ia mengatakan: *“Organizations who take quality seriously know that much of the secret of quality stems from listening to and responding sympathetically to the needs and wants of their customers.”* Maksudnya, organisasi-organisasi yang menganggap serius pencapaian mutu, memahami bahwa sebagian besar rahasia mutu berakar dari mendengar dan merespons secara simpatik terhadap kebutuhan dan keinginan para pelanggan. Sehubungan hal tersebut, Marshall (1993) menegaskan bahwa pihak manajemen harus aktif meneliti untuk mengidentifikasi *importance* (kebutuhan, harapan, dan keinginan) pelanggan yang berubah setiap saat, agar dapat membuat produk/pelayanan jasa yang sesuai *importance* pelanggan demi kepuasan pelanggan. Lalu menurut Freddy (2003), kepuasan pelanggan pada dasarnya mencakup perbedaan antara tingkat kepentingan (*importance*) pelanggan dan kinerja (*performance*) perusahaan/instansi yang dirasakan oleh pelanggan. Lebih lanjut Gaspers (2002:35) mengatakan apabila kepuasan pelanggan boleh dinyatakan sebagai suatu rasio atau perbandingan, dapat dirumuskan persamaan kepuasan pelanggan sebagai berikut:  $Z = X/Y$ , dengan Z adalah kepuasan pelanggan, X adalah kualitas yang dirasakan oleh pelanggan, dan Y adalah kebutuhan, keinginan, dan harapan pelanggan.

Di dalam perusahaan besar berskala internasional, pelanggan tidak jarang dikelompokkan menjadi tiga macam: (1) Pelanggan Internal (*Internal Customer*) yaitu karyawan perusahaan dengan segala jabatan dari yang tertinggi sampai terendah; (2) Pelanggan Antara (*Intermediate Customer*) adalah mereka yang bertindak sebagai perantara seperti distributor yang mendistribusikan produk, agen perjalanan yang memesan kamar hotel untuk pemakai akhir, dan sebagainya; (3) Pelanggan Eksternal (*External Customer*) adalah pembeli atau pemakai akhir produk yang sering disebut sebagai pelanggan nyata (*real customer*). Pelanggan eksternal ini adalah orang yang membayar produk atau jasa yang dihasilkan oleh perusahaan/instansi. Pengertian pelanggan dalam bidang pendidikan tidak jauh berbeda dengan pengertian pelanggan dalam perusahaan tersebut. Menurut Sagala (2004), di dalam pengelolaan pendidikan, pelanggan dapat dikategorikan menjadi dua yaitu pelanggan internal dan pelanggan eksternal. Pelanggan internal adalah guru, dosen, dan anggota staf lainnya. Sedangkan pelanggan eksternal adalah peserta didik, orang tua peserta didik, dan lainnya. Pendapat Sagala tersebut tidak jauh berbeda dengan Sallis (1993:32) yang mengatakan, “*While the major focus of any school, college, or university must be on its external customer – learners, parents, etc – it is important to remember that everyone working in an institution provides services to their colleagues. In TQM staff members are known as internal customers.*”

Berdasarkan pendapat para ahli tersebut dapat disimpulkan bahwa Kepuasan Pelanggan di dalam instansi pendidikan, termasuk di Perguruan Tinggi dikategorikan menjadi dua macam, yaitu kepuasan pelanggan internal dan kepuasan pelanggan eksternal. Kepuasan pelanggan internal di instansi Perguruan Tinggi adalah kepuasan dosen/pendidik dan karyawan kependidikan di Perguruan Tinggi itu. Sedangkan pelanggan eksternal adalah para mahasiswa yang kuliah di suatu Perguruan Tinggi dan orang tua mereka (mahasiswa dan orangtua).

Peningkatan Kepuasan Pelanggan bukanlah tujuan akhir yang mau dicapai oleh perusahaan melainkan, lebih condong kepada tujuan proses. Di dalam proses, pelanggan merupakan mata rantai yang menyerahkan uang kepada perusahaan atas produk/jasa yang telah dibelinya, dan dari harga yang dibayar pembeli inilah perusahaan mendapat keuntungan. Jadi bagi perusahaan, pelanggan adalah sumber keuntungan dan kelanjutan organisasinya. Pelanggan yang setia terhadap jasa/produk perusahaan tertentu, bukanlah tanpa sebab. Mereka setia karena merasa telah mendapatkan kepuasan dari perusahaan tersebut. Kepuasan yang mereka terima bukan saja satu kali tetapi sudah berkali-kali, bahkan mungkin setiap kali mereka mengadakan pembelian. Jadi kepuasan yang dialami oleh pelanggan secara berulang-ulang, dapat menimbulkan kesetiaan mereka terhadap perusahaan yang memberikan kepuasan tersebut. Menurut Kuswadi (2002) tujuan peningkatan kepuasan pelanggan adalah meningkatkan hubungan yang harmonis antara pelanggan dengan perusahaan, memberi dasar yang baik bagi pembelian ulang atas jasa/produk, dan mendorong terciptanya loyalitas pelanggan. Selain itu juga membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan bagi perusahaan, reputasi perusahaan menjadi baik di mata pelanggan, dan laba yang diperoleh dapat meningkat.

Jadi tujuan Peningkatan Kepuasan Pelanggan di dalam instansi pendidikan, termasuk Perguruan Tinggi adalah meningkatkan kinerja (*performance*) instansi dalam memenuhi kepentingan (*importance*) pelanggan eksternal dan internal institusi tersebut. Peningkatan Kepuasan para mahasiswa dan orangtuanya sebagai pelanggan eksternal suatu Perguruan Tinggi diharapkan, dapat membuat mereka tidak pindah dari Perguruan Tinggi tersebut, melainkan menjadi promosi berjalan bagi Perguruan Tinggi itu dalam merekrut mahasiswa baru. Sedangkan peningkatan kepuasan pendidik/dosen dan karyawan sebagai pelanggan internal diharapkan, dapat memperbaiki hubungan mereka yang lebih harmonis dengan manajemen dan pelanggan eksternal, serta *stakeholders* lainnya. Di dalam lingkup yang lebih sempit, yaitu dalam penyelenggaraan perkuliahan masing-masing mata kuliah termasuk mata kuliah Character Building, masing-masing dosen perlu terus menerus meneliti *performance* para mahasiswa yang cepat berubah mengikuti perkembangan zaman. Dengan memahami *performance* tersebut, masing-masing dosen bisa mengelola perkuliahan yang berorientasi kepada Kepuasan Pelanggan.

Pengelolaan Kelas Perkuliahan Character Building, terdiri dari dua kata yaitu “Pengelolaan Kelas” dan “Perkuliahan Character Building”. Menurut McCreary (2013:1) Pengelolaan Kelas Belajar atau Kelas Perkuliahan (*Classroom Management*) adalah “*the methods and strategies an educator uses to maintain a classroom environment that is conducive to student success and learning. Although there are many pedagogical strategies involved in managing a classroom, a common denominator is making sure that students feel they are in an environment that allows them to achieve.*” Maksudnya, pengelolaan Kelas Perkuliahan adalah metode dan strategi yang digunakan seorang pendidik (dosen) untuk membuat lingkungan kelas perkuliahan yang kondusif demi kesuksesan belajar peserta didik (mahasiswa)-nya. Meskipun ada banyak strategi pedagogis yang dapat digunakan dalam mengelola perkuliahan, faktor umum yang perlu dicapai adalah memastikan bahwa para mahasiswa merasa berada dalam lingkungan yang memungkinkan mereka untuk mencapai hasil pembelajaran dengan baik. Senada dengan itu, Evertson dan Weinstein (2006) mengatakan: “*Classroom management is the actions teachers take to create an environment that supports and facilitates both academic and social-emotional learning.*” Maksudnya, pengelolaan perkuliahan adalah tindakan pendidik/dosen untuk menciptakan lingkungan belajar yang mendukung dan memfasilitasi pembelajaran akademis maupun sosial-emosional. Menurut Danim, seperti dikutip UNIMED (2012), Manajemen Kelas adalah seni atau praktis (praktik dan strategis) kerja pendidik yang bekerja secara individual, baik dengan maupun melalui bantuan orang lain untuk mengoptimalkan proses pembelajaran. Kata perencanaan di sini merujuk pada perencanaan pembelajaran dan unsur-unsur penunjangnya. Pelaksanaan bermakna proses pembelajaran, sedangkan evaluasi bermakna evaluasi pembelajaran. Evaluasi di sini terdiri dari 2 jenis, yaitu evaluasi proses dan evaluasi hasil pembelajaran.

Melalui pendapat para ahli tersebut dapat disimpulkan bahwa pengelolaan kelas perkuliahan adalah seperangkat aturan, kata-kata, dan perbuatan yang dosen gunakan atau lakukan untuk membuat proses belajar mengajar berjalan menyenangkan, efisien, dan efektif. Proses perkuliahan berjalan menyenangkan maksudnya, proses perkuliahan yang sesuai kebutuhan, harapan, dan keinginan para mahasiswa sebagai pelanggan. Sedangkan proses perkuliahan yang efisien dan efektif maksudnya, proses perkuliahan yang mengakibatkan para mahasiswa memiliki daya serap tinggi terhadap materi perkuliahan yang sudah ditetapkan dalam kurikulum (Silabus Acara Perkuliahan/SAP). Sementara “Perkuliahan Character Building”, di dalam proses pengelolaan perkuliahan setiap bidang studi, termasuk bidang studi Character Building, dosen sebagai pengelola kelas memiliki peranan yang strategis yaitu mengimplementasikan kegiatan yang direncanakan, menentukan dan mengambil keputusan berbagai kegiatan di kelas, dan menentukan alternatif solusi untuk mengatasi hambatan dan tantangan yang muncul.

Dosen Character Building dalam melakukan tugas mengajar di suatu kelas, perlu setiap saat memerhatikan kondisi kemampuan belajar para mahasiswa serta materi perkuliahan yang diajarkan di kelas tersebut dalam hubungannya dengan pengelolaan kelas yang bagaimana yang perlu dilakukan. Dosen harus menyusun strategi untuk mengantisipasi apabila hambatan dan tantangan muncul agar proses belajar mengajar tetap dapat berjalan dan tujuan pembelajaran yang telah ditentukan dapat tercapai. Pengelolaan kelas akan menjadi sederhana untuk dilakukan apabila dosen memiliki motivasi kerja yang tinggi dan mengimplementasikan gaya kepemimpinan situasional dalam melakukan tugas mengajarnya.

## METODE

Metode penelitian yang digunakan adalah Survei Komunitas (*Community Survey*). Nama lain dari Survei Komunitas adalah Survei Sosial (*Social Survey*) dan Survei Lapangan (*Field Survey*). Tujuan survei komunitas adalah mencari informasi tentang aspek kehidupan komunitas atau kelompok masyarakat tertentu secara luas dan mendalam. Survei Komunitas sering dilakukan dalam

bidang pendidikan karena pendidikan juga menyangkut komunitas. Instansi pendidikan dapat menggunakan metode Survei Komunitas untuk menggali data satu kelas/rombongan belajar atau komunitas pendidikan yang lebih besar seperti Sekolah atau Universitas untuk membantu komunitas tersebut dalam pengambilan keputusan.

Di dalam penelitian ini, Metode Survei Komunitas dilakukan di dalam satu rombongan belajar yang mengikuti mata kuliah *Character Building: Spiritual Development*, yaitu Kelas 02PDO Universitas Bina Nusantara, pada semester dua Tahun Akademik 2012/2013 yang diikuti oleh 48 mahasiswa sebagai responden. Survei ini dilaksanakan untuk mengukur tingkat kepuasan mahasiswa sebagai pelanggan Universitas Bina Nusantara dalam mengikuti perkuliahan *Character Building*. Instrumen penilaian yang digunakan dalam proses mengukur Kepuasan Pelanggan ada tiga yaitu Pedoman Survei, Matriks *Importance* dan *Performance* Pelanggan, serta Jendela Pelanggan (*Customer Window*).

Pedoman Survei terdiri dari 8 indikator kepuasan mahasiswa sebagai pelanggan yang dijabarkan menjadi 25 pertanyaan survei. Pengukuran delapan indikator sebagai variabel kepuasan pelanggan adalah jawaban-jawaban responden terhadap pertanyaan/pernyataan terstruktur yang diberikan. Pengumpulan data dilaksanakan dengan menggunakan pedoman survei/wawancara terstruktur tersebut yang disusun berdasarkan *importance* (kebutuhan, keinginan, dan harapan) mahasiswa sebagai pelanggan terhadap *performance* (kinerja) pengelolaan perkuliahan *Character Building* di Binus sesuai teori *service excellence* dan *Customer Satisfaction* oleh Robbins (1996). Pedoman survei terstruktur yang dimaksud dapat dilihat pada halaman lampiran.

Selanjutnya, data survei tersebut dianalisis dengan Matriks *Importance* dan *Performance* Pelanggan. Matriks *Importance* dan *Performance* pelanggan adalah matriks yang menginterpretasikan antara dua kepentingan yang berbeda yaitu, *importance* pelanggan terhadap pengelolaan perkuliahan *Character Building* di satu pihak dengan *performance* (kinerja) Binus dalam mengelola perkuliahan *Character Building*. Output atau luaran dari analisis *importance* dan *performance* adalah indeks Kepuasan mahasiswa sebagai Pelanggan dalam bentuk Diagram Kepuasan Pelanggan. Akhirnya, data Diagram Kepuasan Pelanggan tersebut dimasukkan (*entry data*) ke Jendela Pelanggan (*Customer Window*) untuk menganalisis *importance* (kebutuhan, keinginan, dan harapan) mahasiswa yang mana (dari 25 indikator Kepuasan Pelanggan sesuai panduan survei terstruktur) yang sudah terpenuhi dan yang mana yang belum terpenuhi.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dan pembahasan pengukuran Kepuasan Mahasiswa Sebagai Pelanggan, sesuai dengan metode penelitian yang dilakukan, diuraikan menjadi: (a) Hasil pengukuran dalam bentuk Matriks *Importance* dan *Performance*; (b) Hasil pengukuran dalam bentuk Diagram Kepuasan Pelanggan; (c) Hasil pengukuran dalam bentuk Jendela Pelanggan (*Customer Window*).

### Hasil Pengukuran dalam Bentuk Matriks *Importance* dan *Performance*

Berdasarkan hasil wawancara kepada responden sesuai pedoman wawancara (halaman lampiran), diperoleh indeks *importance* pelanggan internal pada Tabel Matriks sebagai berikut.

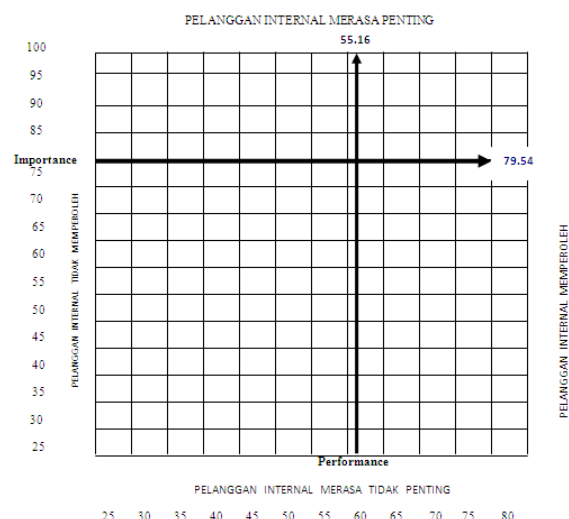
Tabel 1 Matriks *Importance* dan *Performance* Mahasiswa sebagai Pelanggan per 30 April 2013

Item:	Importance :	Performance :
1.	91.60	77.40
2.	91.00	79.40
3.	49.20	76.40
4.	85.20	76.80
5.	72.40	72.00
6.	89.80	33.20
7.	85.20	32.00
8.	84.80	42.00
9.	90.60	31.60
10.	98.60	47.00
11.	83.80	41.20
12.	85.80	42.40
13.	91.60	77.00
14.	88.00	74.00
15.	89.80	42.80
16.	86.00	39.00
17.	93.60	50.40
18.	83.20	60.60
19.	89.80	65.60
20.	84.40	40.60
21.	85.20	61.80
22.	90.20	47.20
23.	75.80	56.60
24.	95.40	54.40
25.	85.40	57.80
Rata-rata	79,54	55,16

Berdasarkan Tabel 1, *Importance* (kebutuhan, keinginan, dan harapan) atau harapan pelanggan terletak pada indeks 79,54. Sedangkan kenyataan *performance* (kinerja) dosen dalam menyelenggarakan Kuliah Character Bulding yang mereka rasakan terletak pada indeks 55,16. Jadi hasil pengukuran Kepuasan mahasiswa sebagai Pelanggan dalam matriks ini adalah kinerja dosen dalam mengelola perkuliahan Character Building lebih rendah (55,16) dibandingkan harapan para mahasiswa (79,54).

### Hasil Pengukuran dalam Bentuk Diagram Kepuasan Pelanggan

Data pada Tabel 1 kemudian dibuat diagram kepuasan mahasiswa sebagai pelanggan per 30 April 2013 sebagai berikut.



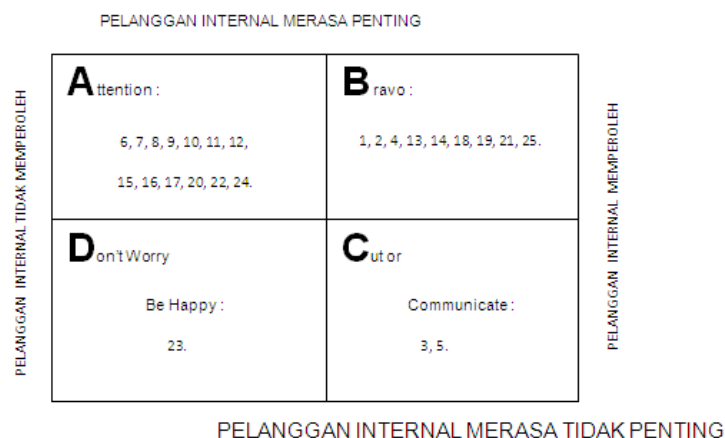
Gambar 1 Kepuasan Mahasiswa Sebagai Pelanggan per 30 April 2013

Dari Gambar 1 diperoleh hasil sebagai berikut. Pelayanan Perkuliahan Tidak Tatap Muka, dengan Importance = 77,88 dan Performance = 76,74. Pelayanan Perkuliahan Tatap Muka, dengan Importance = 89,80 dan Performance = 37,16. Etika dalam Proses Belajar Mengajar, dengan

Importance = 87,80 dan Performance = 55,48. Sentuhan Pribadi dalam Pembelajaran, dengan Importance = 87,40 dan Performance = 51,24. Pembinaan Karakter, dengan Importance = 84,08 dan Performance = 56,44. Kerja Sama/Toleransi dalam Mendidik, dengan Importance = 84,40 dan Performance = 37,16. Kerja sama Interpersonal, dengan Importance = 81,16 dan Performance = 50,40. Pembinaan Kelompok Belajar, dengan Importance = 88,08 dan Performance = 53,28.

### Hasil Pengukuran dalam Bentuk Jendela Pelanggan (Customer Window)

Berdasarkan titik *item* 1 s/d 25 pada diagram, dibuat gambar jendela mahasiswa sebagai pelanggan per 30 April 2013 pada Gambar 2 sebagai berikut.



Gambar 2 Jendela Mahasiswa Sebagai Pelanggan per 30 April 2013

Berdasarkan Gambar 2, semua titik yang berada di kuadran A (*Attention*) menggambarkan hal-hal yang diinginkan pelanggan namun tidak diperoleh. Titik-titik yang berada di kuadran B (*Bravo*) menggambarkan hal-hal yang diinginkan pelanggan, dan mereka memang memperolehnya. Semua titik yang berada di kuadran C (*Cut or Communicate*) menggambarkan hal-hal yang diperoleh oleh pelanggan, tetapi sebenarnya mereka tidak ingin memperolehnya. Sedangkan titik-titik yang berada di kuadran D (*Don't Worry, Be Happy*) menggambarkan hal-hal yang tidak diperoleh oleh pelanggan, dan mereka memang tidak ingin memperolehnya.

Dari 25 *item* yang ditanyakan lewat wawancara menyangkut *performance* dosen CB dalam hubungannya dengan kepuasan mahasiswa sebagai pelanggan, ada 13 hal yang mereka harapkan namun tidak diperoleh (kuadran A). Ada 9 hal lain yang mereka harapkan dan diperoleh (kuadran B). Ada 2 hal yang mereka tidak harapkan namun diperoleh (kuadran C). Dan ada 1 hal yang mereka tidak harapkan dan memang tidak diterima (kuadran D).

## SIMPULAN

Hasil penelitian dari 25 *item* yang disurvei, ada 13 item yang mahasiswa harapkan ada dalam perkuliahan namun tidak diperoleh. Item tersebut yaitu (1) instruksi perkuliahan CB yang berkesinambungan dan jelas dalam satu semester; (2) mengundang narasumber ahli dalam perkuliahan CB; (3) menggunakan Bahasa Inggris dalam perkuliahan; (4) menggunakan buku sumber perkuliahan standar; (5) materi perkuliahan dalam bentuk video; (6) memberi sanksi atau teguran kepada mahasiswa yang bertutur kata tidak etis; (7) memiliki komitmen bersama pada awal perkuliahan tentang bertindak secara etis; (8) dosen memberikan perhatian kepada setiap mahasiswa dalam perkuliahan; (9) penjelasan materi kuliah selalu menyentuh hati dan menyenangkan; (10) tema-tema

kuliah CB menyentuh nilai-nilai pengalaman hidup sehari-hari; (11) dosen mengenal dan menyapa setiap mahasiswa dalam kelasnya; (12) dosen menyapa masing-masing siswa dengan namanya; dan (13) penilaian dosen terhadap masing-masing kelompok belajar realistis dan adil. Selain itu, ada 9 item lain yang mereka harapkan ada dalam perkuliahan dan mereka memperolehnya. Sembilan *item* tersebut, yaitu (1) dapat mengakses materi kuliah CB lewat Internet; (2) dapat mengakses materi kuliah CB di Web Binus (Binusmaya); (3) menerima materi/tugas kuliah CB lewat Binusmaya; (4) memberi ganjaran dan hukuman atas perbuatan dan tindakan dalam perkuliahan; (5) dosen memberikan teguran yang etis dalam memperingatkan kesalahan; (6) nilai-nilai (*value*) yg diajarkan dan dijelaskan dalam CB inklusif dan menyentuh; (7) video yang ditayangkan dalam perkuliahan menyentuh nilai-nilai kemanusiaan; (8) dosen mengikuti dan menilai secara tepat setiap pribadi dalam kelompok belajar; dan (9) hasil UTS dan hasil tugas-tugas dikoreksi dengan baik. Selain itu, ada 2 item yang mahasiswa tidak harapkan ada dalam perkuliahan namun diperoleh, yaitu (1) tugas CB yang di-*upload* universitas di Binusmaya pada setiap tema perkuliahan dan (2) kuliah massal CB dengan tugas membuat video wajib dilaksanakan. Dengan kata lain, sebagai simpulan, dalam penyelenggaraan kuliah Character Building di Kelas 02PDO pada semester genap Tahun Akademik 2012/2013 ada 13 harapan mahasiswa belum terpenuhi; 9 harapan sudah terpenuhi; dan 3 yang tidak diharapkan tetapi diwajibkan dalam perkuliahan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Evertson C. M., & Weinstein, C. (2006). Classroom management as a field of inquiry. In C. M. Evertson & C. Weinstein (Eds.). *Handbook of Classroom Management: Research, practice, and contemporary issues* (pp. 3-15). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Freddy, R. (2003). *Measuring Customer Satisfaction*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Gaspersz, V. (2002). *Total Quality Management*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Kuswadi. (2002). *Cara Mengukur Kepuasan Karyawan*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Marshall, S. & Kisser, K. J. (1993). *Putting Total Quality Management to Work*. San Francisco: Berrett-Koehler Publisher.
- McCreary, R. (2013). *Classroom Management*. Diakses 28 Agustus 2013 dari <http://www.netplaces.com/classroom-management/>
- Robbins, P. S. (1996). *Organizational Behavior*. USA: Prentice-Hall International.
- Sagala, S. (2004). *Manajemen Berbasis Sekolah & Masyarakat: Strategi Memenangkan Persaingan Mutu*. Jakarta: Rakasta Samasta.
- Sallis, E. (1993). *Total Quality Management in Education*. London: Kogan Page Educational Management Series.
- Tyrrell, J. T. & Okrant, J. M. (2004). Importance-performance analysis: some recommendations from an economic planning perspective. *Tourism Analysis*, 9(1-2), Diakses 29 Agustus 2013 dari <https://sustainabletourism.asu.edu/publications/files/importance-performance-analysis.pdf>
- UNIMED. (2012). UNIMED Masters, diakses 28 Agustus 2013 dari <http://digilib.unimed.ac.id/public/UNIMED-Master-46-035030214%20Bab%20II.pdf>



## **LAMPIRAN**

### **PEDOMAN WAWANCARA TERSTRUKTUR** **Pengukuran Kepuasan Mahasiswa Sebagai Pelanggan** (Pertanyaan Kepada Mahasiswa sebagai Responden)

---

Sasaran	: Mengukur Kepuasan Mahasiswa Sebagai Pelanggan
Responden	: 48 orang mahasiswa Kelas 02PDO sebagai responden
Format	: Survey wawancara dengan skala Likert 1, 2, 3, 4, dan 5
Analisis	: <i>Importance &amp; Performance Matrix</i> ), dan <i>Customer Window Analysis</i> )

---

#### **Petunjuk Pencatatan Pedoman Wawancara:**

Pencatatan hanya menuliskan angka 1/a atau 2/b, atau lainnya.

1 = Tidak Memperoleh / Tidak pernah	a = Tidak Penting
2 = Jarang Memperoleh	b = Kurang Penting
3 = Ragu-ragu / Tidak tahu	c = Ragu-ragu / Tidak tahu
4 = Sering Memperoleh	d = Penting
5 = Sangat sering / terus menerus	e = Sangat Penting

#### **Contoh Soal :**

.....1. Memperoleh informasi tentang perkuliahan CB lewat Internet.

Jawaban:

Kalau jawabannya **Tidak Pernah** tapi **Sangat Penting**, ditulis **1/e**

Kalau jawabannya **Sering Memperoleh** tetapi **Kurang Penting**, tulis **4/b**

Kalau jawabannya **Sering Memperoleh** tetapi **Tidak Penting**, ditulis **4/a**

Dan sebagainya.

Jadi pencatatan contoh soal di atas seperti berikut:

4/d.... 1. Sering memperoleh informasi tentang perkuliahan CB dari Internet.

#### **Pertanyaan :**

- ..... 1. Mengakses materi kuliah CB lewa internet di Kampus
  - ..... 2. Mengakses materi kuliah CB di Web Binus (Binusmaya)
  - ..... 3. Tugas CB yang di upload Universitas di Binusmaya setiap tema perkuliahan
  - ..... 4. Menerima materi/tugas kuliah CB lewat Binusmaya
  - ..... 5. Kuliah massal CB dengan tugas membuat vedionya wajib dilaksanakan.
  - ..... 6. Instruksi perkuliahanCB yang berkesinambungan dan jelas dalam satu semester.
  - ..... 7. Mengundang Narasumber ahli dalam perkuliahan CB
  - ..... 8. Menggunakan Bahasa Inggris dalam perkuliahan.
  - ..... 9. Menggunakan buku sumber perkuliahan yang standar untuk pembinaan karakter.
  - ..... 10. Materi Perkuliahan dalam bentuk vedio yang menarik dan sesuai materi kuliah
  - .....11. Memberi sangsi atau teguraan kepada mahasiswa yang bertutur kata tidak etis.
  - ..... 12. Memiliki komitmen bersama pada awal perkuliahan tentang bertindak secara etis.
  - ..... 13. Memberi ganjaran dan hukuman atas perbuatan dan tindakan dalam perkuliahan
  - ..... 14. Dosen memberikan teguran yang etis dalam memperingatkan kesalahan.
  - ..... 15. Dosen memberikan perhatian kepada setiap mahasiswa dalam perkuliahan
  - ..... 16. Penjelasan materi kuliah selalu menyentuh hati dan menyenangkan.
  - ..... 17. Tema-tema kuliah CB menyentuh nilai-nilai pengalaman hidup sehari-hari.
  - ..... 18. Nilai-nilai (value) yg diajarkan dan dijelaskan dalam CB inklusif dan menyentuh
  - ..... 19. Video yang ditayangkan dalam perkuliahan menyentuh nilai-nilai kemanusiaan.
  - ..... 20. Dosen mengenal dan menyapa setiap mahasiswa dalam kelasnya.
  - ..... 21. Dosen mengikuti dan menilai secara tepat setiap pribadi dalam kelompok belajar.
  - ..... 22. Dosen menyapa masing-masing siswa dengan namanya.
  - ..... 23. Dosen mengingat dan mengetahui perkembangan belajar masing-masing kelas
  - ..... 24. Penilaian dosen terhadap masing-masing kelompok belajar realistik dan adil
  - ..... 25. Hasil UTS dan hasil tugas-tugas dikoreksi dengan baik
-

**Catatan:**

Nomor-nomor pertanyaan yang menyangkut 8 indikator Kepuasan Mahasiswa Sebagai Pelanggan dijabarkan menjadi 25 pertanyaan survey tersebut di atas sebagai berikut:

- Pelayanan Perkuliahan Tidak Tatap Muka, pertanyaan 1, 2, 3, 4, 5.
- Pelayanan Perkuliahan Tatap Muka, pertanyaan 6, 7, 8, 9, 10.
- Etika dalam Proses belajar mengajar, pertanyaan 11, 12, 13, 14, 15.
- Sentuhan Pribadi dalam pembelajaran, pertanyaan 16, 17, 18, 19, 20.
- Pembinaan Character, pertanyaan 9, 17, 18, 19, 22
- Kerja Sama/Toleransi dalam Mendidik, pertanyaan 2, 3, 4, 5, 20
- Kerja Sama Interpersonal, pertanyaan 10, 11, 14, 15, 25.
- Pembinaan Kelompok Belajar, pertanyaan 13, 16, 21, 23, 24